

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan usaha bisnis dalam era globalisasi saat ini semakin pesat ditandai dengan tingkat persaingan antar perusahaan yang semakin tinggi dan ketat. Keadaan tersebut menyebabkan perusahaan pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup, mengembangkan perusahaan, memperoleh laba optimal serta dapat memperkuat posisi dalam menghadapi perusahaan pesaing dimana untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari usaha pemasaran yang harus dipikirkan dan direncanakan sebelum produk. Menyadari hal itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan. Fungsi pemasaran memegang peranan sangat penting dalam menjalankan semua aktifitas yang berhubungan dengan arus barang dan jasa sejak dari produsen sampai konsumen akhir.

Selain mengembangkan strategi pemasaran, perusahaan juga perlu mempelajari tentang studi perilaku konsumen, salah satu caranya dengan memperhatikan faktor psikologis konsumen dalam membeli produk.

Wilmar International Limited, di dirikan pada tahun 1991, merupakan grup perusahaan agrobisnis yang terkemuka di Asia. Perusahaan multinasional ini menawarkan produk olahan kelapa sawit dan yang terkenal di Indonesia adalah produk minyak gorengnya. Mereka menghasilkan produk dengan kualitas yang tinggi, dengan memasukkan ide dan inovasi kreatif.

Di Indonesia, pasar minyak goreng di bagi menjadi dua, yaitu minyak goreng curah dan minyak goreng kemasan bermerek (branded). Walaupun minyak goreng curah mendominasi lebih dari 60 persen, namun semakin banyak yang menggunakan minyak goreng merek (Supriyana, 2006:23).

Produk minyak goreng fortune yang dihasilkan oleh PT. Multimas Nabati Asahan diharapkan akan dapat bersaing dengan minyak goreng curah di pasaran. Selama ini masyarakat pada kalangan menengah ke bawah cenderung memilih minyak goreng curah dengan pertimbangan harga murah. Potensi inilah yang diambil oleh pihak manajemen dengan mengeluarkan brand baru Fortune. Bukan hanya hemat namun juga sehat karena dikemas dalam kemasan higienis sehingga akan lebih awet dan tahan terhadap oksidasi karena udara bebas.

Tabel 1.1 Data Penjualan Minyak Goreng Fortune Tahun 2010-2013 di Desa Sari Makmur

No	Tahun	Realisasi Penjualan	Satuan
1.	2011	1080	2 Liter
2.	2012	1440	2 Liter
4.	2013	1800	2 Liter

Sumber : Data Olahan Grosir Abbas

Data diatas merupakan hasil penjualan minyak goreng fortune di desa Sari Makmur dalam tiga tahun terakhir (tahun 2011- 2013), yang semakin meningkat dan bertahan dari tahun ke tahun dan ini menunjukkan bahwa Faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian produk minyak goreng fortune di desa Sari Makmur.

Minyak Goreng Fortune termasuk produk baru, namun di awal munculnya produk tersebut sudah memiliki hasil penjualan yang cukup besar, khususnya di Desa Sari Makmur. Dari data dapat dilihat kenaikan penjualan Minyak Goreng Fortune terus meningkat dan bertahan dari tahun ke tahun.

Dibawah ini dapat dilihat tabel jumlah penduduk Desa Sari Makmur per kepala keluarga (KK), dengan demikian dapat diketahui berapa banyak jumlah penduduk Desa Sari Makmur.

Tabel 1.2 Data Jumlah Penduduk Desa Sari Makmur (KK)

No	Tahun	Jumlah KK
1.	2011	397 KK
2.	2012	415 KK
3.	2013	425 KK

Sumber : Kantor Desa Sari Makmur

Penelitian terdahulunya telah dilakukan Hayati (2005) yang meneliti *Persepsi Konsumen Terhadap Produk Kosmetik Avon di Kecamatan Sukajadi*. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian produk Avon adalah pengalaman pribadinya, kualitas produk dan image produk. Sedangkan faktor yang paling dominan dari pembelian produk Avon adalah pengalaman pribadi.

Penelitian lain dilakukan oleh Muhammad Nazir (2011) yang meneliti *Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Nexian Study Penelitian SMA Negeri 1 KAMPAR*. Dari hasil penelitian menjelaskan bahwa yang mempengaruhi dalam pembelian Nexian adalah pengalaman, kualitas produk dan image produk. Dan motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap produk Handphone Nexian secara keseluruhan adalah positif.

Penelitian selanjutnya di teliti oleh Eva Nurhayati (2006) yang meneliti *Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Teh Botol Sosro Study Berdasarkan Persepsi Mahasiswa Fekon UIN Suska*, Dan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat di tarik kesimpulan bahwa minat konsumen dalam membeli produk teh botol sosro di pengaruhi positif oleh faktor harga produk, promosi dan distribusi sebesar 87,2%.

Perbedaan antara penelitian saya dengan penelitian sebelumnya yaitu objek penelitian yang digunakan dan variabel penelitian tidak sama sehingga dapat membuat hasil penelitian antara kedua penelitian ini berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini dapat menjadi perbandingan dan referensi dalam penelitian saya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk meneliti tentang keputusan pembelian konsumen terhadap produk minyak goreng fortune. Adapun judul penelitian yang akan dilakukan adalah :

“Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng Fortune Pada Masyarakat Desa Sari Makmur Kecamatan Pangkalan Lesung Kabupaten Pelalawan”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dapat disimpulkan perumusan masalah sebagai berikut : “Bagaimanakah pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian minyak goreng fortune pada masyarakat Desa Sari Makmur Kecamatan Pangkalan Lesung Kabupaten Pelalawan ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: “Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologis terhadap keputusan pembelian minyak goreng pada masyarakat Desa Sari Makmur Kecamatan Pangkalan Lesung Kabupaten Pelalawan.

1.3.2 Maanfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN Suska Riau.
- b. Sebagai bahan informasi bagi perusahaan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.
- c. Sebagai bahan informasi atau bahan penelitian yang lain yang mungkin tertarik untuk melakukan penelitian pada aspek yang sama dimasa yang akan datang.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan dalam penelitian ini, penulis membaginya kedalam enam bab, dimana dalam setiap babnya hanya difokuskan untuk membahas satu permasalahan saja. Adapun pokok-pokok yang dibahas pada masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang mendukung pemecahan masalah penelitian sehingga dapat disimpulkan suatu hipotesis dan variabel-variabel penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan dan diuraikan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik dan metode pengumpulan data serta analisis data. Maka diketahui berapa jumlah sampel yang dapat penulis ambil, teknik dan metode serta analisa apa yang tepat.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini penulis memuat sejarah singkat berdirinya perusahaan, kegiatan, aktivitas dan pertumbuhan perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan di uraikan mengenai analisis dari hasil penelitian yang dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menjelaskan tentang rangkuman pembahasan dari bab-bab sebelumnya dalam suatu kesimpulan penelitian dan berisikan saran-saran yang kiranya bisa bermanfaat bagi pihak yang terkait (perusahaan).